

Віктар Іўчанкаў

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ЖУРНАЛІСЦКІ ПРАЦЭС СУЧАСНАСЦІ: ПРАБЛЕМАЕ ПОЛЕ І ТЭМАТЫЧНЫ РЭПЕРТУАР

Журналістыка мяжы XX і XXI стагоддзяў уяўляе сабой стракатую з’яву, шматвектарнасць і феноменальнасць якой вызначаецца новай камунікацыйнай парадыгмай, што ўключае ў сябе іншыя, чым у мінулым, экстра- і інтралінгвістычныя фактары. Пабудова журналісцкага тэксту і працяканне інфармацыйнага працэсу набылі ярка выражаны тэхналагічны характар і дыктуюць свае нормы, перцептыку і шматстайнасць навінавых плыняў.

Новай журналістыкай інфармацыйнай эры мае быць вэб-журналістыка, якая канкуруе, з аднаго боку, з нарастаючай журналістыкай мабільнай і, з другога, – традыцыйнай.

Растуць новыя медыйныя накірункі – маблогінгі, якія сінкрэтызуюць інфармацыйныя і аналітычныя жанры – блогі – і яўна прэтэндуюць на штодзённае абнаўленне інфармацыі. Яны не належаць ні палітычным партыям, ні ўрадавым структурам, ні ведамствам, а ўяўляюць сабой, так бы мовіць, масавую журналістыку, калі амаль кожны чалавек можа пасаць на шматмільённую аўдыторыю свой каментарый той ці іншай медыяпадзеі, выставіць на сваім сайце (у блогу) шокавую навіну, выказаць сумненне, падзяліцца сваімі меркаваннямі, а значыць, удзельнічаць у фарміраванні грамадскай думкі. Інфармацыйныя тэхналогіі павярнулі журналістыку тварам да простага чалавека, і ніколі журналістыка не была так набліжана да патрэб грамадства, як зараз. Экстра- і інтралінгвістычныя фактары, што праектуюцца зменамі ў журналістыцы, выступаюць у ролі своеасаблівых генератараў новых медыйных плыняў.

Сёння перад тэарэтыкамі і практыкамі журналістыкі паўстае шэраг надзвычай важных пытанняў, якія сумуюцца ў практыкаарыентаваным разглядзе сутнасці журналісцкага працэсу і вырашэнне якіх будзе вызначаць далейшае існаванне і функцыянаванне сродкаў масавай інфармацыі.

У практычнай журналістыцы ўзнікаюць пытанні аб тым, як мяжуюцца прафесійная і грамадзянская журналістыка, журналістыка і паблік рылейшнз, журналістыка і медыябізнэс; якую сацыяльную ролю сёння адыгрываюць СМІ; чаму нарастае выкарыстанне маніпуляцыйных тэхналогій у СМІ (у той час, калі мы абвясцілі эпоху дэмакратыі); што такое прафесіяналізм сучаснага журналіста і ў чым розніца паміж ім і чалавекам, які размяшчае матэрыялы на сайтах, форумах, блогах; ці павінен журналіст

быць універсальным або спецыялізавацца па тэматыцы, жанрах і прымяняльных тэхналогіях. Гэтыя пытанні ідуць ад самога жыцця, ад тых фактаў, маніпулятыўная інтэрпрэтацыя якіх часам раздзяляе сусвет на супрацьдзейныя антаганізмы. Так, асвятленне, напрыклад, чачэнскай, іракскай, грузіна-абхазскай войнаў беларуска-, руска-, англа-, франка-, нямецкамоўнымі і інш. СМІ напоўнена дыскурсіўнымі стратэгіямі, якія падпарадкоўваюць самі гэтыя факты на ласку палітыцы.

Уплыў журналісцкіх камунікацый па сутнасці настолькі вялікі, што развіццё стратэгіі і мэт функцыянавання СМІ, паводзіны і камунікатыўныя ўстаноўкі выданняў, тэлерадыёканалаў і асобных журналістаў ужо сёння аказваюць уздзеянне на вектар развіцця ўсяго грамадства. Гэта адбываецца ў той час, калі мяняецца пакуль яшчэ не ўсвядомленая самімі карыстальнікамі накіраванасць журналістыкі, якая набывае інфармацыйна-забаўляльны характар. Нездарма ў адным з кастрычніцкіх інтэрв'ю НТБ англійскі палітэхнолаг Цімаці Бэл кпліва заўважыў: «Газеты хочуць і інфармаваць і забаўляць, але ўвесь час блытаюць гэта».

У журналістыцы з'яўляюцца новыя не толькі жанры, але і медыйныя плыні. Напрыклад, як кваліфікаваць публіцыстычны тэкст, выведзены на паласу газеты ў «выглядзе» блога, або адняты па тэлефоне матэрыял, які пасылаецца тms або электронным лістом на пэўны e-mail адрас, з якога карэспандэнцыю забірае скрыпт блога, апрацоўвае яе і публікуе ў інтэрнэт-дзёніку. Толькі на відэа@mail.ru па стане на 26.10.2008 налічваецца 5 940 498 роликаў з сярэднім 10-тысячным штодзённым папаўненнем. Наяве і новая медыйная плынь – маблогінг – вядзенне блога з мабільнага тэлефона. Становіцца верагодным, што маблогінг з'яўляецца самай прадуктыўнай крыніцай інфармацыі падчас топ-падзей, а то і адзінай. Мабільная журналістыка, такім чынам, выступае як падвід грамадзянскай. Часцей і часцей мы становімся сведкамі мабільных рэпартажаў.

Усе гэтыя абставіны не могуць не мяняць лінгвістычную парадыгму сучаснай журналістыкі. Прырода, характар, асаблівасці СМІ ў сеткавай прасторы вызначаюцца важным для развіцця мовы фактарам дзеяння тэорыі эканоміі маўленчых намаганняў, выведзенай у свой час І. Бадуэнам дэ Куртэнэ. Маўленне становіцца мабільным, яму ўласцівыя рысы эліптычнасці, сінтаксічнага згортвання, дыялагічнасці вуснага элемента, слэнгаванасці і інш.

Новыя з'явы ў журналістыцы спараджаюць актуальную тэматыку, што патрабуе сучаснага навуковага асэнсавання і інтэгравання ў традыцыйную навуку. Навуковае кола праблем даволі стракатае і акрэсліваецца

наступнымі чыннікамі: інтэрнэт-журналістыка з гледжання лінгвакультуралогіі як люстэрка адлюстравання працэсаў узаемадзеяння культуры і мовы; вобраз аўтара ў інтэрнэт-выданнях на вербальна-семантычным, кагнітыўным і прагматычным узроўнях, экстралінгвістычныя фактары, што ўплываюць на фарміраванне сеткавай лексікі, ацэнка і тлумачэнне прычын маўленчых зрухаў сучаснасці; павелічэнне значнасці захавання ў тэкстах інтэрнэт-газет адначасовага арыентавання на экспрэсію і стандарт; эматыконы; нестандартная пунктуацыя; з'яўленне новых жанраў.

Важнымі складнікамі інфармацыйнага працэсу з'яўляюцца мультымедыйнасць, інтэрактыўнасць і гіпертэкстуальнасць. Мультымедыйнасць як асаблівая камп'ютэрная тэхналогія дазваляе аб'яднаць статычную візуальную інфармацыю (графіку, тэкст) з дынамічнай (музыкай, анімацыяй і інш.). Інтэрактыўнасць забяспечвае рэалізацыю спецыфічнай магчымасці кантактавання аўтара і чытача ў сеткавым асяродку. У вэб-журналістыцы на парадак павышаецца роля аўдыторыі, яе ўплыву на палітыку выдання і пазіцыю аўтара, што выражаецца ў такіх відах кантактавання, як форум, чат, пытанне-адказ, гасцявая кніга, падпіска, апытанне, тэст, зваротная сувязь, пошук па сайце.

Гіпертэкстуальнасць новай журналістыкі дае унікальную магчымасць глядзець розныя дакументы па зададзенай тэме, даведвацца пра думкі іншых аўтараў, якія знаходзяцца на іншым серверы, на іншым кантыненце, па канкрэтнай праблеме. Канструююцца кантэкстныя сітуацыі, якія ўплываюць на аўтара і яго тэкст, мяняюцца суадносіны фактараў «адресат» / «адресант». У гэтым выпадку тэкст выконвае функцыю паведамлення, накіраванага ад носьбіта інфармацыі да аўдыторыі. Напрыклад, можна, націснуўшы на імя аўтара, накіраваць яму ліст. Тэкст знаходзіць здольнасць да неперарываючага папаўнення (праз спасылкі ўнутры яго) і актуалізацыі адных аспектаў укладзенай у яго інфармацыі і часовага забывання іншых. Тэкст выступае ў ролі мэдэратара, што дапамагае перайначыць асобу чытача. Тэкст можа справакаваць чытача на ўласную творчасць, калі ён дзеліцца ўражаннямі і думкамі ў створаным тут жа на старонцы віртуальным дзённіку – блогу.

Калі ў традыцыйных выданнях тэкст быў толькі пасрэднікам у акце камунікацыі, то ў інтэрнэт-газетах ён становіцца раўнапраўным суразмоўцам, самастойным і аўтаномным. Тэкст у інтэрнэт-выданні можна абмеркаваць з іншымі наведвальнікамі сайта. Узнікае дыскусія, якая можа выйсці далёка за межы праблем матэрыялу.

Мяняецца вобраз аўтара. Журналісцкі тэкст залежыць ад сукупнасці здольнасцей і характарыстык аўтара і выражае не рэдакцыйнае гледжан-

не, а думку аднаго канкрэтнага аўтара. Такім чынам праяўляюцца характар моўнай асобы і памкненне да максімальнага самавыражэння (эмацыянальнае выражэнне ў матэрыяле ўласных перажыванняў, пачуццяў, узмацненне гэтай тэндэнцыі ў маўленчай сітуацыі форумнаў, дыскусій).

У новай журналістыцы пад ціскам тэхналагічнасці мяняюцца маўленчыя характарыстыкі жанраў. Назіраецца трансфармацыя традыцыйных жанраў, што выражаецца ў жанравай кантамінацыі: «інтэрв’ю – партрэтны нарыс», «інтэрв’ю – рэцэнзія», «заметка – анонс» і інш.

Узрастае папулярнасць аўтарскіх калонак, якая прама прапарцыянальна залежыць ад моўнай асобы аўтара. Актуалізуецца тэндэнцыя да стварэння нагляднага вобраза ў кожным тэксце, свабоднага выбару жанраў.

Тэматычны рэпертуар і праблемнае поле новай журналістыкі вынікаюць са шматвектарнасці яе функцыянавання і праяў новых характарыстык, што вымушаны новай парадыгмай камунікатыўных устаноў і іх лінгвістычнымі інтэрпрэтацыямі. Развіццё медыйных працэсаў напрамую залежыць ад прадуктыўнасці рэалізацыі гэтай парадыгмы ў выглядзе вербальных і невербальных стратэгий, тактык, макра- і мікраструктур.